

## Коммерческий трафик. Продавать на AliExpress

| # | Параметры                                         |                             | «Маркетплейсы»                               |
|---|---------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------|
| 1 | Входные данные                                    |                             | товарные позиции, трафик-задание             |
| 2 | Система трафика                                   |                             | AliExpress                                   |
| 3 | Тип трафика                                       |                             | поисковый + коммерческий                     |
| 4 | Тактические варианты продвижения (трафик-задание) |                             | ассортимент                                  |
|   |                                                   |                             | поток                                        |
|   |                                                   |                             | позиции                                      |
| 5 | Состав услуги                                     |                             | Построение тактики продвижения               |
|   |                                                   |                             | Составление ТЗ на создание контента          |
|   |                                                   |                             | Обработка рекомендаций систем                |
|   |                                                   |                             | Анализ конкурентов, продаж, динамики         |
|   |                                                   |                             | Развитие коммерческих факторов (организация) |
|   |                                                   |                             | Сбор и кластеризация запросов                |
|   |                                                   |                             | Составление сводок                           |
| 6 | Управление ранжированием, руб                     | «Старт» (2 часа/неделю)     | <b>40</b>                                    |
|   |                                                   | «Базис» (8 часов/неделю)    | <b>140</b>                                   |
|   |                                                   | «Оптим» (20 часов/неделю)   | <b>360</b>                                   |
|   |                                                   | «Экстра» (40 часов/неделю)  | <b>680</b>                                   |
|   |                                                   | «Премиум» (60 часов/неделю) | <b>960</b>                                   |

Термины и определения:

**Управление ранжированием** – это исполнение трафик-задания согласно тактическому варианту продвижения.

**Коммерческий трафик** – это поток пользователей, которые попадают на нужный товар через поисковик на конкретном сайте (маркетплейсный способ).

Концепции продвижения в маркетплейсе:

**Ассортимент** – это способ продвижения на маркетплейсе, благодаря увеличению количества карточек (ширина).

**Поток** – это способ продвижения на маркетплейсе, благодаря увеличению количества любых заказов (продажи).

**Позиции** – это способ продвижения на маркетплейсе, благодаря увеличению доли карточек, перешедших от FBS к FBO (склад).

2 самых популярных вопроса:

«Через сколько я буду на первом месте!?» – если это конкурентная среда, то все идет к первому месту, и никто не хочет второго, а значит стабильно первое будет у того, кто вкладывается больше и дольше... а только потом те, кто действуют умнее: поэтому меряем долю трафика, а не точное место  
«Сайт менять не будем - просто оптимизируйте его... короче вы сами знаете... а я оплачу, как будут покупать... по рукам?» – нет! управление поисковой выдачей похоже на тренировку пресса - даже занимаясь 2 недели подряд, это не приведёт к желаемому результату, это игра в долгую: сначала вы стабильно на виду, затем к вам более-менее привыкают, вы не даёте конкурентам вас вытолкнуть, вас запоминают, к вам появилась лояльность, к вам обращаются из-за условий, оценивая сервис, рекомендуют, оставляют отзывы, другие ищут, видят, что не зря на виду и вот на этой стадии заканчивается первый этап - дальше нужно решать количеством, а иначе то менять сервис, упаковку, бизнес-модель и прочее.

[Посмотреть на сайте АльтерВЕБ](#)